



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Sendari (2019), budaya merupakan pola atau cara hidup yang terus berkembang oleh sekelompok orang dan diturunkan pada generasi berikutnya. Berdasarkan data Sensus penduduk 2010, jumlah warga keturunan Tionghoa di Indonesia mencapai 2,83 juta jiwa atau sekitar 1,2 persen dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 236,73 juta jiwa (databoks.katadata.co.id, 2017). Walaupun memiliki jumlah etnis Tionghoa yang cukup banyak di Indonesia, budaya Tionghoa mulai memudar. Tradisi dan budaya Tionghoa di Indonesia tidak lagi sekuat beberapa abad silam, saat awal mula kedatangan dan berkembangnya masyarakat Tionghoa di Indonesia dan bahkan tradisi Tionghoa kini cenderung memudar dari generasi ke generasi. Hal tersebut terjadi dikarenakan terakultasinya budaya Tionghoa ke dalam budaya lokal masyarakat Indonesia. Puncak memudarnya budaya Tionghoa adalah ketika masa Orde Baru, dimana tradisi dan kebudayaan Tionghoa diberangus pemerintah kala itu. Di masa sekarang, kebanyakan generasi muda seperti Gen-Z tidak mengetahui perayaan-perayaan Tionghoa di Indonesia beserta maknanya (Tan, 2019).

Ditambah lagi, adanya pengaruh negatif dari arus globalisasi akibat kemajuan teknologi yang dapat menyebabkan hilangnya budaya asli suatu daerah dan hilangnya nilai-nilai kebudayaan dikarenakan mudahnya mencari, menemukan, mempelajari, dan bahkan meniru kebudayaan lain sehingga pola pikir dan cara hidup masyarakat secara perlahan juga ikut berubah (Putri, 2021). Salah satu contoh memudarnya budaya Tionghoa yaitu anggapan Gen-Z Tionghoa terhadap perayaan Tahun Baru Imlek yang mungkin tidak jauh berbeda dengan anggapan sebagian besar masyarakat Indonesia, dimana perayaan Tahun Baru Imlek adalah momen untuk berbagi-bagi angpau. Padahal, angpau ini sejatinya hanya boleh dilakukan oleh orang tua kepada anak-anaknya (atau terbalik ketika anak sudah sukses), atau mereka yang sudah menikah kepada mereka yang belum menikah. Angpau sendiri

adalah sebuah simbol doa dan harapan orang tua kepada anaknya agar sukses di tahun baru (Tan, 2019).

Apabila terus dibiarkan, maka pergeseran makna tersebut perlahan-lahan akan sepenuhnya menghilangkan makna perayaan yang sebenarnya dan menyebabkan krisis identitas terhadap kaum etnis Tionghoa di Indonesia. Selain Tahun Baru Imlek, terdapat perayaan lainnya yang sebagian besar dirayakan di Indonesia seperti: *Cap Go Meh*, *Ceng Beng*, *Duan Wu*, *Qi Xi*, *Tiong Ciu*, *Chong Yang*, dan *Ronde* (his-travel.co.id, 2019).

Menurut Sobur (2006), media informasi merupakan alat-alat grafis, fotografis, atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual (Citra, 2017). Dengan menggunakan media informasi, berbagai ilmu pengetahuan dapat diteruskan ke generasi seterusnya secara akurat sehingga pengetahuan tersebut dapat lestari. Selain itu, media informasi juga dapat digunakan sebagai media pembelajaran untuk anak-anak generasi seterusnya yang juga dapat digunakan untuk mempererat hubungan orang tua dengan sang anak. Maka dari itu, penulis ingin merancang sebuah media informasi mengenai makna perayaan budaya Tionghoa untuk anak-anak berusia 5-12 tahun di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan media informasi mengenai makna perayaan budaya Tionghoa untuk anak-anak berusia 5-12 tahun di Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, batasan masalah yang penulis tentukan yaitu sebagai berikut:

1. Demografis:

- a. Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan

Media informasi ini bertujuan untuk melestarikan pengetahuan mengenai makna perayaan budaya Tionghoa sehingga tidak dikhususkan untuk satu gender saja.

b. Usia : 5-12 tahun

Menurut Oktavia (2020), anak berusia 5-12 tahun memiliki kecepatan belajar yang meningkat, cara belajar yang lebih tenang, dan memiliki antusiasme natural untuk mempelajari hal-hal baru. Dengan menargetkan generasi muda yang memiliki kemampuan belajar yang sangat baik, budaya Tionghoa dapat tertanam sejak dini pada anak tersebut.

c. Pendidikan : SD

Kemampuan membaca diperlukan untuk dapat menggunakan media informasi tersebut dan juga kemampuan berpikir yang telah cukup berkembang untuk mencerna informasi yang didapatkan.

d. Kelas ekonomi : SES A-B+

Masyarakat yang ditargetkan memiliki kelas ekonomi atas ke bawah hingga menengah ke atas dikarenakan kalangan tersebut memiliki pemasukan yang cukup, sehingga mampu membeli media informasi yang di luar kebutuhan pokok.

2. Geografis: Indonesia, Sumatera Selatan

Menurut databoks.katadata.co.id (2017), masyarakat beretnis Tionghoa di Indonesia terkategori sebagai kalangan minoritas. Akibatnya, peluang terjadinya krisis identitas etnis Tionghoa di Indonesia cukuplah tinggi dikarenakan masyarakat di Indonesia bersifat multietnis dengan mayoritasnya adalah etnis Jawa dengan minoritasnya etnis Arab dan Cina. Indonesia memiliki banyak pulau dengan kebudayaannya masing-masing. Maka dari itu, budaya Tionghoa di Indonesia juga akan memiliki sebuah perbedaan dari satu daerah dengan daerah lainnya. Sehingga, penulis akan menggunakan Kota Palembang di Sumatera Selatan sebagai *sample* utama dikarenakan adanya Pulau Kemaro di area tersebut.

3. Psikografis:

- a. Ingin menambah ilmu pengetahuan mengenai perayaan budaya Tionghoa dan maknanya.
- b. Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi.
- c. Suka membaca buku.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang sebuah media informasi mengenai makna perayaan budaya Tionghoa yang dapat dipahami oleh anak-anak berusia 5-12 tahun di Indonesia.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir dengan judul “Perancangan Media Informasi Mengenai Makna Perayaan Budaya Tionghoa di Indonesia” diharapkan dapat memberikan manfaat bagi tiga pihak, yaitu:

1. Bagi penulis:

Dengan dirancangnya tugas akhir ini, penulis diharapkan dapat mempelajari cara penyusunan konten dan perancangan sebuah buku yang sesuai dengan topik dengan baik dan juga mendapatkan informasi yang lebih luas dan lebih jelas lagi mengenai makna perayaan budaya Tionghoa.

2. Bagi orang lain:

Dengan dirancangnya tugas akhir ini, orang lain khususnya generasi muda etnis Cina diharapkan dapat menyadari bahwa pengetahuan mengenai sejarah dan makna dari tradisi perayaan Tionghoa sangatlah penting dalam pelestarian budaya Tionghoa tersebut dan juga penting untuk menjaga identitas diri masyarakat etnis Cina.

3. Bagi universitas:

Dengan dirancangnya tugas akhir ini, diharapkan dapat memenuhi syarat kelulusan, serta dapat menjadi sumber data yang dibutuhkan oleh mahasiswa/i sebagai referensi dalam pembuatan tugas akhir. Diharapkan juga dengan adanya perancangan tugas akhir ini dapat menambah koleksi yang bermanfaat untuk universitas.